

María López Maestra, Key Account Manager de Gesvision

Gesvision, más que un proveedor de software para ópticos, “un socio tecnológico”

CON EL OBJETIVO DE SATISFACER LAS NECESIDADES TECNOLÓGICAS EN EL MUNDO DE LA ÓPTICA, GESVISION SE PRESENTA COMO UNA HERRAMIENTA QUE OFRECE UNA SOLUCIÓN INTEGRAL PARA LOS ÓPTICOS OPTOMETRISTAS, GESTIONANDO DESDE LAS VENTAS Y LA CONTABILIDAD HASTA EL MARKETING.

El mundo de la Óptica se ha integrado y adaptado al área tecnológica de manera exponencial en los últimos años. Un ejemplo de ello es Gesvision, empresa desde la que se definen como “amantes de la tecnología con el objetivo de crear el mejor software para ópticas del mundo”.

Gesvision ofrece “una solución integral para los ópticos optometristas, ágil e intuitiva que, además, viene acompañada de un asesoramiento constante para facilitar y optimizar la gestión de los negocios de óptica”. Lo explica **María López Maestra**, Key Account Manager de Gesvision, quien matiza que Gesvision no es un proveedor de software al uso, sino que intentan evolucionar conforme a las necesidades de sus clientes, de modo que ofrezcan un servicio más completo. “Somos un socio tecnológico”, se define.

“Es de vital importancia para nosotros -continúa- comprender cómo evolucionan las necesidades de cada uno de nuestros clientes para poder dar una respuesta rápida y garantizar que se optimiza la operativa en sus negocios. Gesvision, como herramienta, cubre todas las áreas de las ópticas, compras, ventas, pasando

por contabilidad y siendo, además, una herramienta de marketing y CRM. Es un sistema web que permite acceder a los datos de su negocio desde cualquier dispositivo y en cualquier momento. Así mismo, se puede diseñar cómo visualizan los usuarios cada una de las pantallas del sistema, permitiendo que el programa se adapte al óptico y no al contrario, facilitando enormemente la curva de aprendizaje”.

Apuesta por la tecnología

El sector de la óptica engloba varias áreas de especial complejidad y la tecnología es un importante aliado en ese camino. Un recorrido que, como explican desde Gesvision, requiere de “una fuerte inversión, de manera continua, en innovación y desarrollo para estar a la vanguardia”. “Siempre estamos atentos a las nuevas tecnologías que se puedan utilizar en nuestra plataforma y supongan una mejora para el sector. Damos mucho valor e importancia a la usabilidad del sistema y nunca perdemos de vista que la interfaz para usar el software tiene que ser amigable y rápida, como dicen los compañeros de desarrollo, un clic es mejor que dos”, añade.



**“ES UN IMPULSO PARA EL SECTOR QUE LOS ÓPTICOS
PUEDAN DEDICARSE A LA ATENCIÓN AL CLIENTE GRACIAS
A LA FACILIDAD QUE LES OTORGA LA HERRAMIENTA A LA
HORA DE GESTIONAR SUS EMPRESAS”**

Además de estar a la vanguardia tecnológica, el objetivo es simplificar la gestión: “Desde los registros clínicos hasta las campañas de comunicación; los pedidos a proveedor; el control de albaranes y facturación; pasando por posibles incidencias con los clientes de las ópticas; contabilidad; recursos humanos; gestión eficiente del stock; control de gastos; analítica avanzada... Todo está muy automatizado y permite seguir protocolos que garantizan la eficiencia y optimización de los procesos, ahorrando tiempo y evitando errores. Así, los ópticos pueden centrarse en lo que realmente importa, que es dar un trato excepcional y diferenciador e incrementar sus beneficios”.

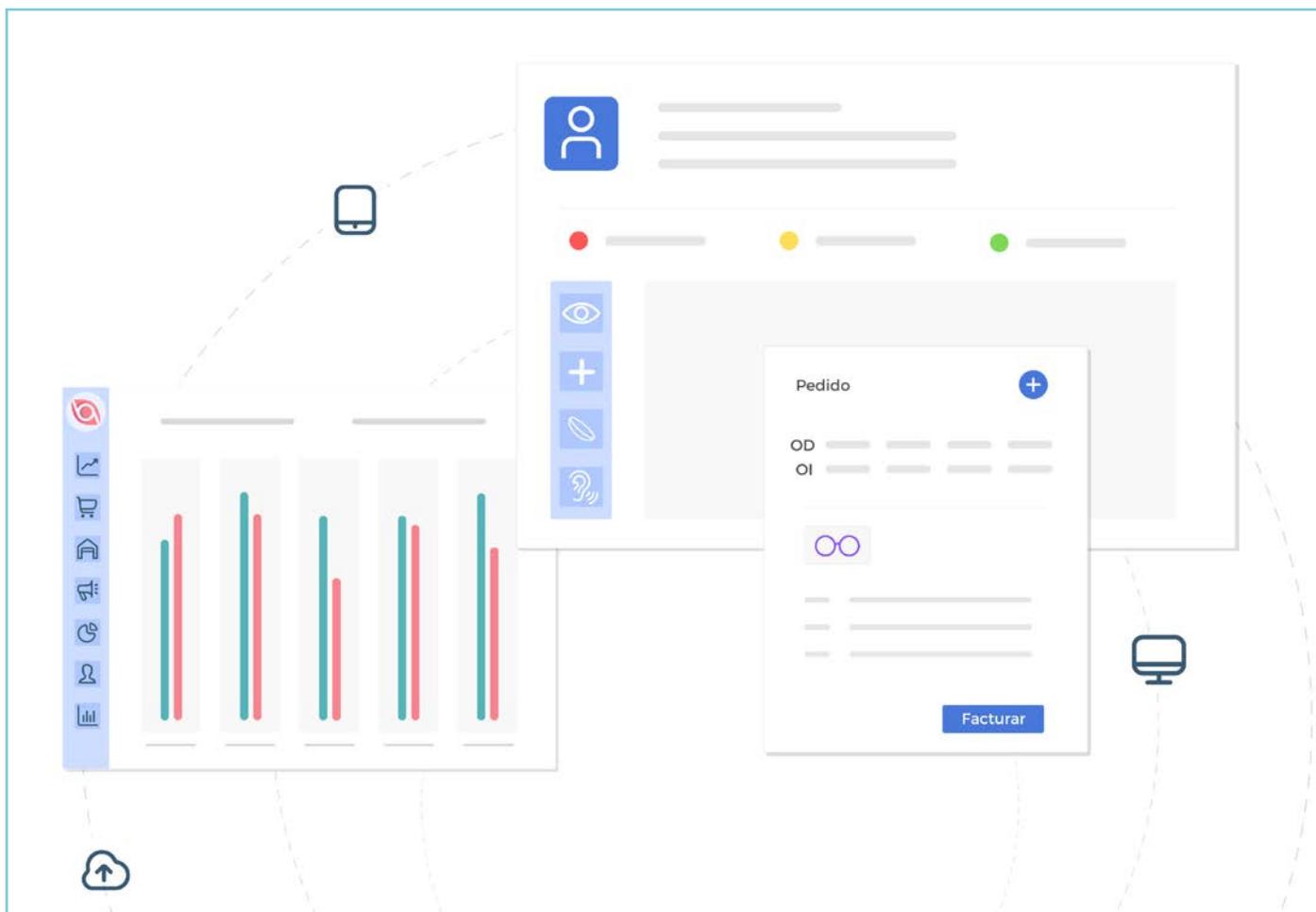


“LLEVAR ESTOS PROCESOS DE FORMA MANUAL O CON UNA HERRAMIENTA QUE TE HACE PERDER TIEMPO YA NO ES UNA OPCIÓN”

María López Maestra también añade que abrazar la tecnología es una necesidad ante un sector que “se está volviendo cada vez más competitivo”. “Le ha costado más que a otros digitalizarse, pero los ópticos ya se están dando cuenta de lo importante que es tener un control exhaustivo de sus procesos y sus resultados para poder crear estrategias que les permitan diferenciarse”, explica, añadiendo: “Es crucial tener un registro exhaustivo de la información y facilidad a la hora de analizar resultados que permitan visualizar la situación del negocio y tener indicadores de hacia dónde avanzar. Así como para activar protocolos que permitan a los equipos de las ópticas remar hacia una misma dirección. Llevar estos procesos de forma manual o con una herramienta que te hace perder tiempo ya no es una opción”.

Ópticos de todos los perfiles

Gesvision va dirigido a los ópticos, independientemente de su perfil. Es decir, desde cadenas con cientos de trabajadores hasta pequeñas ópticas donde una sola persona lo lleva todo. Perfiles muy clínicos, grandes empresas con un fuerte perfil comercial. En algunos países, como Chile, hay ópticos que se desplazan a las empresas y casas de sus clientes para realizar los exámenes. También hay ópticos cuya principal estrategia es la venta online y otros que se especializan en dar un trato muy personalizado y clínico en sus locales. Estrategias basadas en promociones y precios bajos, y otras en la venta de marcas



de lujo, por poner algunos ejemplos. *“Es la gran ventaja de esta herramienta -destaca López-, se adapta a las necesidades que tiene cada tipo de negocio y le facilita trazar su estrategia de mercado, analizar los resultados y llevar a cabo los cambios necesarios para mejorar y evolucionar de forma constante”.*

Las razones por las que esta herramienta de gestión se adapta a cada perfil de óptico comienzan por *“una fácil adaptación gracias al alto nivel de personalización de la herramienta; la estabilidad y velocidad que ofrece el sistema cuando se utilizan grandes volúmenes de datos, así como la formación y la respuesta por parte del equipo cuando necesitan ayuda”.*

“Además, pueden crear sus propios protocolos clínicos a la hora de registrar los datos de los pacientes, pudiendo incluir imágenes de topografías, fluorogramas y otras imágenes que emiten sus aparatos. Si, por ejemplo, reciben un paciente con indicio de cataratas, problemas en visión binocular o cualquier otra patología, marcan su protocolo personalizado y garantizan la realización de todas las pruebas pertinentes”, detalla López.

Los usuarios también destacan la facilidad que tienen para dar de alta los albaranes y las fichas de productos gracias a la integración con los proveedores. *“Desde que realizan un pedido desde una venta hasta que lo facturan, solo tienen que ir transformando documentos con un clic”.*

La trazabilidad de los documentos que tiene el sistema es otra de sus ventajas, ya que pueden comenzar una venta desde un presupuesto o un pedido e ir transformándola, solicitar un pedido a proveedor para sus lentes, dejando la orden de compra asociada, facturarla y, de cara a los gastos, pueden dar de alta albaranes de un solo click desde el pedido; facturar albaranes de forma masiva; llevar control de los próximos vencimientos y contabilizar todos sus ingresos y gastos de forma automatizada. *“Se ahorra muchísimo tiempo, se evitan errores al no tener que reintroducir datos en ningún caso y se detectan posibles errores en albaranes o facturas recibidas”.*

El control de stock multi-tienda y la integración con las plataformas online, que les permite abrir nuevos canales de venta, pudiendo gestionarlo todo desde el propio sistema -está sincronizado con Prestashop, WooCommerce, Magento, Shopify, Amazon, Google Shopping y eBay- son otras de sus ventajas.

A ello le suman la automatización de campañas del sistema de CRM. *“No tienen que preocuparse por nada, pueden programar campañas y automatizarlas”,* explica López poniendo como ejemplo algunas de las más utilizadas: recordatorio para revisión cuando hace uno o dos años desde que el paciente se graduó; campaña de felicitación de cumpleaños con vale descuento; campañas de venta cruzada como, por ejemplo, clientes que se han comprado o graduado en los últimos seis meses pero que nunca han comprado contactología, etcétera. *“Las posibilidades son muy amplias, puesto que pueden añadir tantas condiciones como quieran y las campañas ofrecen muy buenos resultados”,* asegura.

Por último, la herramienta permite también hacer uso de la analítica avanzada para poder medir resultados y tomar decisiones más proclivas para el negocio.

“Excepcional” respuesta de los clientes

La respuesta por parte de los clientes que ya han hecho uso de Gesvision ha sido *“excepcional”,* asegura María López. *“Todas las encuestas internas de evaluación a nuestros clientes han arrojado excelentes resultados tanto a nivel de funcionamiento de la herramienta como a nivel de la respuesta del equipo cuando se le necesita”,* explica. *“Tenemos el orgullo de poder decir que cada uno de ellos ha experimentado mejoras considerables a nivel de rendimiento y optimización de la operativa con respecto a sus anteriores softwares y valora el cambio de manera positiva. Y el mayor ejemplo de eso es que quien viene con nosotros nunca se cambia a otro software, llegan para quedarse”,* añade.

Gesvision opera en estos momentos en siete países de habla hispana, con una excepcional acogida, especialmente, en España, Ecuador y Chile, donde ya trabajan con grandes cadenas. También han entrado en Perú, Costa Rica, México y Panamá. *“Creo que es un impulso para el sector que los ópticos puedan dedicarse a la atención al cliente y a la toma de decisiones gracias a la facilidad que les otorga la herramienta a la hora de gestionar sus empresas”,* confía López, que añade: *“Nuestro equipo y colaboradores ponen a su disposición su experiencia y creatividad siempre que lo necesitan. Especialistas en marketing, protección de datos, contabilidad, financieros, analistas, desarrolladores, dirección comercial, diversos campos de la contactología y la optometría evalúan de forma constante la herramienta y nos facilitan su feedback, ideas para mejorar y optimizar la herramienta y, por supuesto, también están a disposición de los ópticos que utilizan Gesvision”.*

En definitiva, Gesvision apuesta por ser *“el sistema más potente y sencillo de usar jamás creado para óptica”.* *“Y sabemos que la atención al cliente y el soporte son una de las piezas fundamentales en la ecuación, cuando nos llaman o nos escriben les dedicamos el tiempo que sea necesario en escucharles para resolver sus dudas y proponer soluciones. Gracias a ellos, nuestra herramienta es cada vez mejor y quien viene con nosotros nunca nos deja”,* añade López, que finaliza: *“Es un proceso de colaboración constante, invertimos mucho tiempo en analizar hacia dónde avanza el sector a través de nuestros colaboradores, aunque no se nos ocurre mejor forma de entender las necesidades que escuchar a los propios ópticos”.* ■

**“GESVISIÓN ES EL SISTEMA MÁS POTENTE
Y SENCILLO DE USAR JAMÁS CREADO
PARA ÓPTICA”**